

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Biaya produksi

Untuk menjalankan suatu produksi diperlukan tenaga kerja, bahan-bahan dasar, alat-alat mesin dan sebagainya. Hal tersebut merupakan sumber daya ekonomi atau faktor-faktor produksi. Dalam menetapkan harga jual suatu produk yang dihasilkan, semua biaya produksi harus diperhitungkan dengan cermat dan seteliti mungkin. Perhitungan dari semua jumlah biaya yang dikeluarkan atau digunakan dalam menghasilkan produk barang atau jasa hingga produk tersebut terjual. Maka hal ini disebut sebagai kalkulasi biaya pokok.

Dalam ilmu ekonomi, biaya diartikan sebagai semua pengorbanan yang perlu untuk suatu proses produksi, dinyatakan dalam uang menurut harga pasar yang berlaku.¹⁹ Sedangkan biaya produksi merupakan sebagian keseluruhan faktor produksi yang dikorbankan dalam proses produksi untuk menghasilkan produk.²⁰ Pengertian biaya produksi menurut para ahli:

1. Amin Widjaya Tunggal, Biaya produksi merupakan biaya-biaya yang berhibungan dengan produksi suatu item, yaitu jumlah dari bahan baku langsung, upah langsung dan biaya overhead pabrik

¹⁹T. Gilarso, *Pengantar Ilmu Ekonomi Makro*, (Yogyakarta: KANISIUS, 2003) hal. 125

²⁰Bambang Widjajanta, *Mengasah Kemampuan Ekonomi*, (Bandung: Citra Praya, 2007) hal.

2. Mulyadi, Biaya produksi merupakan biaya-biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap untuk dijual.
3. Abdul Halim, Biaya produksi adalah biaya yang berhubungan langsung dengan produksi dari suatu produk dan akan dipertemukan (dimatchkan) dengan penghasilan (revenue) di periode mana produk itu di jual.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa, biaya produksi merupakan suatu biaya yang digunakan pada proses produksi suatu produk yang meliputi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik yang besaran jumlahnya lebih besar jika dibandingkan dengan biaya yang lainnya.

Untuk menetapkan serta biaya produksi, terdapat beberapa unsur yang harus diperhatikan, yaitu:

1. Biaya Material Langsung;

Biaya ini merupakan biaya bahan baku yang berhubungan atau digunakan secara langsung pada proses produksi suatu produk, serta nilai nominalnya cenderung lebih mudah untuk dicari. Contoh sederhananya adalah pada suatu produk minuman olahan susu yang ada di kafe-kafe, terdapat harga beli komposisi bahan utama dalam produk tersebut seperti susu segar, air, gula, berbagai perasa minuman. Dari hal tersebut bisa dikategorikan sebagai Biaya Material Langsung.

2. Biaya Tenaga Kerja Langsung;

Yaitu upah yang diberikan kepada pegawai yang terlibat secara langsung dalam jalannya proses produksi dalam menghasilkan suatu produk. Contoh, pegawai pada bagian perakitan produk atau yang mengoperasikan

peralatan untuk dalam proses pembuatan produk akan diberi asuransi oleh perusahaan.

3. Biaya Overhead Pabrik;

Biaya overhead pabrik atau biasa disebut dengan BOP ialah biaya-biaya bahan tak langsung, buruh tak langsung dan biaya-biaya pabrik lainnya yang tidak secara mudah diidentifikasi atau dibebankan langsung pada suatu pekerjaan, hasil produksi/tujuan biaya akhir.²¹ Contoh dari biaya ini meliputi antara lain: biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan juga biaya overhead pabrik tersebut.

Macam-macam biaya overhead pabrik:

1. Bahan material tidak langsung.

Yang disebut dengan bahan material tidak langsung ialah bahan yang dipakai atau digunakan pada saat proses produksi berlangsung tetapi barang tersebut cenderung sulit untuk dicari besaran nilai nominalnya. Contohnya seperti lem atau perekat, minyak, cairan pembersih, DLL.

2. Tenaga Kerja Tak Langsung.

Yang dimaksud dengan tenaga kerja tak langsung adalah karyawan atau pegawai yang tidak ikut terlibat secara langsung pada suatu proses pembuatan produk. misalnya adalah petugas keamanan atau satpam pada suatu pabrik. Maka gaji atau upah serta tunjangan mereka akan diklasifikasikan dalam biaya tenaga kerja tak langsung.

²¹ Yuri Rahayu, *Analisis Pembebanan Biaya Overhead Pabrik Terhadap Harga Jual Produk Pada Ukm Di Wilayah Sukabumi*, Ecodemica, Vol. 3 No. 2, 2015, hal. 552

3. Biaya *Overhead* Lain

Contoh dari biaya ini adalah biaya utilitas pabrik, biaya untuk sewa menyewa gedung dan tanah, sewa mesin dan asuransi.

B. Harga Jual

Harga merupakan sejumlah uang yang harus dibayarkan oleh konsumen untuk mendapatkan suatu barang maupun produk yang diinginkan, salah satu variabel terpenting di dalam suatu pemasaran, dimana harga dapat mempengaruhi pelanggan dalam mengambil sebuah keputusan untuk membeli suatu produk, karena berbagai alasan. Harga bisa dikatakan suatu nilai uang yang ditentukan oleh perusahaan untuk memuaskan keinginan pelanggannya.²²

Harga akan terbentuk ketika adanya suatu tujuan antara satu orang dengan lainnya, antar kelompok satu dengan kelompok yang lainnya, bisa dikatakan layaknya produsen dan konsumen. Seseorang yang berposisi sebagai produsen mendefinisikan harga adalah nilai yang menyebabkan munculnya suatu manfaat atas produk yang diciptakan (keuntungan atas produksinya). Sedangkan konsumen mendefinisikan harga adalah sebagai nilai atas barang yang dapat memberikan manfaat terhadap pemenuhan kebutuhannya, seperti syarat pembayaran, hemat serta alat tukar lain yang serupa.

Banyak masyarakat yang beranggapan bahwa harga hanya ditentukan oleh penentu nilai suatu barang atau jasa. Padahal harga bisa menjadikan penentuan suatu nilai

²² C.J.Gerung., J.Sepang., S. Loindong, *Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Nissan X-Trail Pada PT. Wahana Wirawan Manado*, (Jurnal Emba Vol. 5 No.2 Juni 2017).

mata uang, semakin naik harga-harga suatu produk, maka masyarakat juga harus membayar lebih untuk mendapatkan barang atau jasa yang diinginkan. Naiknya suatu harga berarti menurunnya nilai mata uang, karena jika dibandingkan dengan dahulu nilai mata uang semakin lama semakin rendah seiring melonjaknya harga suatu barang ataupun jasa pada tahun-tahun sebelumnya.²³

Menurut Kotler dan Armstrong, harga merupakan sejumlah uang yang harus dibayarkan oleh konsumen atau pelanggan untuk mendapatkan sebuah produk atau jasa yang diinginkan atau dibutuhkan para konsumennya.²⁴ Menurut Tjiptono, tujuan penetapan harga pada dasarnya terdapat empat jenis yaitu:

1. Berorientasi pada laba.

Setiap suatu perusahaan selalu memiliki harga yang dapat menghasilkan laba paling tinggi. Oleh sebab itu ada pula perusahaan yang menggunakan pendekatan target laba yaitu tingkat laba yang diharapkan sesuai dengan sasaran laba tersebut.

2. Berorientasi pada volume.

Selain berorientasi pada laba, ada pula perusahaan yang menetapkan harganya berdasarkan tujuan yang berorientasi pada volume tertentu atau yang biasa dikenal dengan istilah *volume pricing objectives*. Harga yang ditetapkan agar dapat mencapai target volume penjualan, nilai penjualan atau pangsa pasar absolut maupun relatif.

²³ N.Gregory Mankiw, *Pengantar Ekonomi*, (Jakarta : Erlangga, 2003), hal. 138.

²⁴ Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Principles of Marketing Edisi 13*, (United States of America: Person, 2010), hal. 76

3. Berorientasi pada citra.

Citra (*image*) dalam suatu perusahaan dapat dibentuk melalui strategi penetapan harga. Perusahaan dapat menetapkan harga tinggi untuk membentuk atau mempertahankan citra tertentu. Baik penetapan harga tinggi maupun harga rendah sama-sama bertujuan untuk meningkatkan persepsi konsumen terhadap keseluruhan bauran produk yang ditawarkan oleh suatu perusahaan.

4. Stabilisasi harga.

Dalam suatu pasar yang konsumennya sangat sensitif terhadap harga, apabila suatu perusahaan menurunkan harganya, maka para pesannya harus menurunkan pula harga mereka. Tujuan stabilisasi dapat dilakukan dengan cara menetapkan harga dengan tujuan untuk mempertahankan hubungan antara harga suatu perusahaan dan harga pemimpin industry (*industry leader*).

5. Tujuan-tujuan lainnya.

Harga dapat pula ditetapkan dengan tujuan mencegah masuknya pesaing, mempertahankan loyalitas pelanggan, mendukung penjualan ulang atau menghindari campur tangan pemerintah.²⁵

Menurut Kotler dan Amstrong, secara umum ada dua faktor utama yang perlu dipeertimbangkan dalam menetapkan suatu harga, yaitu:

²⁵ Tjiptono Fandy, Chandra Gregorius, *Service, Quality & Satisfaction, Edisi 3*, (Jakarta: Andi, 2011), hal. 154

1. Faktor Internal Perusahaan

a. Tujuan Pemasaran Perusahaan

Faktor yang utama adalah menentukan penetapan harga dengan tujuan pemasaran perusahaan. Kemudian tujuan tersebut dapat berupa maksimalisasi laba, menciptakan kepemimpinan, mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, meraih pangsa pasar yang besar, mengatsi persaingan, dan melaksanakan tanggungjawab sosial yang lainnya.

b. Strategi Bauran Pemasaran

Harga adalah salah satu kunci dari komponen bauran pemasaran (*marketing mix*). Oleh sebab itu, diperlukan koordinasi yang saling mendukung terhadap nbauran pemasaran yang lainnya, yaitu produk, distribusi, dan promosi.

c. Biaya

Biaya adalah faktor yang ditetapkan untuk menentukan harga agar suatu perusahaan tidak mengalami kebangkrutan atau kerugian. Oleh sebab itu, setiap perusahaan pasti memberi perhatian besar pada struktur biaya (tetap dan variabel) serta jenis-jenis biaya yang lainnya.

d. Organisasi

Dalam suatu perusahaan perlu adanya manajemen untuk memutuskan siapa yang harus menetapkan harga di dalam organisasi tersebut. Pada perusahaan kecil misalnya harga ditetapkan secara umum oleh manajemen puncak. Sedangkan pada perusahaan besar, sering kali

pada penetapan harga ditangani oleh devisi atau manajer suatu lini produk. Jadi, dalam menangani sebuah masalah penetapan harga, setiap perusahaan harus memiliki caranya masing-masing.

2. Faktor Eksternal Perusahaan

a. Sifat pasar dan permintaan

Setiap perusahaan memahami sifat pasar dan pemimpin pasar yang dihadapinya. Apakah termasuk pasar persaingan sempurna, monopoli, dan oligopoli. Adapun faktor-faktor yang tidak kalah penting yaitu elastisitas permintaan.

b. Persaingan

Adapun informasi-informasi yang dibutuhkan untuk menganalisa karakteristik pada pesaing industri antara lain:

- (1) Jumlah perusahaan dalam industri
- (2) Ukuran yang relatif terhadap setiap anggota dalam industri
- (3) Deferensiasi produk
- (4) Kemudahan untuk memasuki industri yang bersangkutan

c. Unsur-unsur eksternal lainnya

Adapun selain faktor-faktor diatas, perusahaan juga harus mempertimbangkan faktor kondisi ekonomi yaitu, (inflasi, tingkat bunga), kemudian kebijakan, peraturan pemerintah serta aspek sosial (kepedulian terhadap lingkungan).²⁶

²⁶ Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Principles of Marketing Edisi 13*, (United States of America: Person, 2010), hal. 76

Ada beberapa indikator harga yang harus dipertimbangkan oleh produsen dalam mematok harga jual. Menurut Kotler dan Amstrong, antara lain:

1. Keterjangkauan harga.

Konsumen bisa menjangkau harga yang sudah ditetapkan oleh perusahaan. Biasanya ada beberapa jenis produk dalam satu merek bahkan harganya pun juga berbeda dari yang termurah sampai yang termahal. Dengan adanya penetapan harga, para konsumen banyak yang membeli produk tersebut.

2. Harga sesuai kemampuan atau daya saing harga.

Sering kali banyak konsumen yang membandingkan harga suatu produk dengan produk yang lainnya. Dalam hal ini, mahal murahnya harga pada suatu produk sangat dipertimbangkan oleh para konsumen pada saat sebelum atau akan membeli produk tersebut.

3. Kesesuaian harga dengan kualitas produk.

Harga sering kali dijadikan sebagai suatu indikator kualitas bagi para konsumen. Kebanyakan orang-orang sering mempertimbangkan harga yang lebih tinggi diantara memilih dua dua barang, karena mereka melihat adanya perbedaan kualitas. Apabila harga yang ditawarkan lebih tinggi, konsumen cenderung beranggapan kualitasnya juga lebih baik.

4. Kesesuaian harga dengan manfaat

Konsumen memutuskan membeli suatu produk yang diinginkan, jika manfaat yang dirasakan lebih besar dengan yang telah dikeluarkan untuk mendapatkan produk tersebut. Apabila konsumen merasakan manfaat lebih

kecil dari uang yang dikeluarkan, maka konsumen akan beranggapan bahwa produk tersebut selain harganya yang mahal serta konsumen juga akan berpikir dua kali sebelum melakukan pembelian ulang.²⁷

C. Industri Mebel

Industri mebel atau industri furnitur merupakan industri yang mengolah dan menggunakan bahan setengah jadi dari kayu, papan, kulit dan bahan baku alami lainnya yang sehingga menjadi produk yang mempunyai nilai tambah dan manfaat lebih tinggi. Produk mebel biasa kita kenal dengan perabot rumah tangga, seperti lemari, meja, kursi, jendela dan sebagainya.²⁸ Ada beberapa macam mebel yang secara umum kita ketahui, seperti mebel yang hanya menjual produk tetapi tidak memproduksi sendiri, ada yang menjual dan memproduksi sendiri dan ada yang sudah berupa pabrik atau (manufaktur) yang lebih canggih dalam pengolahan dan produksinya.

Kayu yang digunakan untuk mebel adalah kayu gergajian, di mana kayu gergajian merupakan olahan dari kayu bulat (gelondong) yang kemudian digergaji sesuai dengan kebutuhan pembuatan produk. Dalam industri pengolahan kayu dibagi menjadi dua kelompok industri. Yang pertama industri pengolahan kayu hulu, yaitu industri yang mengolah kayu primer atau kayu bulat/log menjadi sortimen kayu. Yang kedua industri pengolahan kayu hilir,

²⁷ Philip Kotler & Armstrong, *Marketing Management*, 14th, (Edition New Jersey: Pearson Prentice Hall, 2012), hal. 314

²⁸ Maulana Firman, *Pengrajin mebel di Pasuruan (strategi pengrajin Kelurahan Bukir Kota Pasuruan dalam mempertahankan usaha mebel di tengah persaingan dengan industri besar)*. Diss. Universitas Negeri Malang, 2018.

yaitu industri yang menghasilkan produk-produk dari kayu seperti pintu, jendela, *moulding*, dan sejenisnya. Dari pengelompokan tersebut industri mebel masuk ke dalam kelompok industri kayu hilir.²⁹

Menurut Soerianegara Indonesia memiliki sekitar 4.000 jenis pohon, yang berpotensi untuk digunakan sebagai kayu bangunan. Akan tetapi hingga saat ini hanya sekitar 400 jenis (10%) yang memiliki nilai ekonomi dan lebih sedikit lagi, 260 jenis, yang telah digolongkan sebagai kayu perdagangan.³⁰ Dengan banyaknya jenis pohon yang ada di Indonesia maka hal itu juga akan mendorong sektor industri mebel yang ada.

Potensi inilah yang kemudian dapat dimanfaatkan agar sektor industri mebel menjadi salah satu sektor yang mampu memberikan dampak positif terhadap perkembangan ekonomi masyarakat secara luas. Dengan adanya industri mebel juga diharapkan dapat menarik adanya tenaga kerja, sehingga hal itu akan membuka lapangan usaha baru dan mampu menjadikan usaha mebel sebagai salah satu bidang yang mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

D. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu dalam penelitian mengkaji atau berisikan mengenai penelitian serupa yang pernah dilaksanakan sebelumnya, utamanya yang berkaitan dengan biaya produksi, harga jual, pertumbuhan ekonomi dan industri mebel.

²⁹ Umul Habibah, dan Bambang Hariyanto, *Kajian Aglomerasi Industri Kerajinan Mebel di Desa Wringinpitu Kecamatan Mojowarno Kabupaten Jombang*, Swara Bhumi 5.9 (2019).

³⁰ Soerianegara, I. *Ekologi Hutan Indonesia*, (Institut Pertanian Bogor, 1979), hal. 2

1. Penelitian yang dilaksanakan oleh Nurfiat dengan judul “Pengaruh upah dan teknologi terhadap produktivitas dan penyerapan tenaga kerja pada industri mebel di kota Denpasar.”³¹ Industri kecil memiliki peran yang sangat penting di Provinsi Bali khususnya di Kota Denpasar dalam menyediakan kesempatan kerja bagi masyarakat. Perkembangan industri kecil ini akan dapat menurunkan tingkat pengangguran dan kemiskinan. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh simpulan bahwa tingkat upah dan teknologi berpengaruh positif dan signifikan terhadap produktivitas kerja industri mebel meja kayu. Variabel tingkat upah, teknologi dan produktivitas kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap penyerapan tenaga kerja industri mebel meja kayu di Kota Denpasar. Variabel produktivitas kerja merupakan variabel mediasi pengaruh tidak langsung variabel tingkat upah dan teknologi terhadap penyerapan tenaga kerja pada industri mebel meja kayu di Kota Denpasar. Saran dari penelitian ini pengusaha memiliki kebijakan pemberian insentif atau bonus yang tepat kepada para tenaga kerjanya sehingga dapat meningkatkan produksi.
2. Penelitian yang dilaksanakan oleh Umum berjudul “Kajian Aglomerasi Industri Kerajinan Mebel di Desa Wringinpitu Kecamatan Mojowarno Kabupaten Jombang.”³² Aglomerasi industri mebel ini menimbulkan berbagai permasalahan, satu diantaranya yaitu persaingan yang tidak sehat

³¹ Nashahta Ardhiaty Nurfiat dan Surya Dewi Rustariyuni, *Pengaruh upah dan teknologi terhadap produktivitas dan penyerapan tenaga kerja pada industri mebel di kota Denpasar*, Piramida 14.1 (2018): 34-48.

³² Umul Habibah, dan Bambang Hariyanto, *Kajian Aglomerasi Industri Kerajinan Mebel di Desa Wringinpitu Kecamatan Mojowarno Kabupaten Jombang*, Swara Bhumi 5.9 (2019).

antar pengrajin, meskipun demikian dalam perkembangan industri mebel ini, pengrajin sampai sekarang tetap mempertahankan kegiatan produksi guna membangun kualitas industry mebel di Desa Wringinpitu. Penelitian menunjukkan bahwa sistem pemasaran yang paling banyak digunakan oleh para pengrajin adalah lewat pengepul atau tengkulak. Omset produk terbanyak adalah Bangku Sekolah yang mencapai 16 unit/bulan. Desa Wringinpitu pemasarannya sudah luas baik dalam lingkup lokal dan regional. Lokalisasi industri yang berdekatan membawa keuntungan yang dapat menekan biaya transportasi. Bahan baku didapatkan dari luar daerah Jombang seperti Madiun, Blitar, dan Bojonegoro. Biaya transportasi dari lokasi bahan baku ke lokasi industri sebesar \pm Rp 2.000.000-Rp 2.200.000,00. Biaya transportasi pemasaran ditanggung oleh konsumen. Asal modal dari tabungan sendiri dengan jumlah modal awal yang digunakan paling banyak antara Rp 30.000.000,00 - Rp 34.000.000,00. Jumlah pendapatan bersih dalam industri ini adalah paling banyak antara Rp 10.000.000,00-Rp 16.000.000,00. Jumlah ini sudah bersih dari gaji tenaga kerja, biaya transportasi, biaya bahan baku dan lain-lain. Pendapatan bersih sebesar itu membuat para pengrajin mampu dan menekan hutang secara besar dan melakukan perputaran modal dengan baik. Faktor yang menyebabkan terjadinya aglomerasi di Desa Wringinpitu adanya faktor yang menunjang yaitu modal dari tabungan pribadi pengrajin sehingga menekan angka hutang dari pihak lain, dan adanya biaya angkut hal tersebut memberikan dampak permintaan pasar lokal semakin menyebar dan memberikan efek teraglomerasinya suatu industri dan memberikan

keuntungan dalam bentuk penghematan ongkos dan menekan biaya transportasi, dan tenaga kerja di wilayah Desa Wringinpitu yang melimpah sehingga perkembangan industri di dukung dengan tenaga kerja yang berasal dari lokal dapat di maknai juga industri mebel tersebut mendekatkan diri pada melimpahnya tenaga kerja.

3. Penelitian yang dilaksanakan oleh Akhmad berjudul “Pengaruh Inovasi Produk terhadap Kinerja Pemasaran Industri Mebel di Kabupaten Pasuruan.”³³ Strategi pemasaran yang diharapkan perusahaan adalah bagaimana untuk meningkatkan jumlah penjualan produk sesuai target. Strategi yang dibuat oleh perusahaan diarahkan untuk menghasilkan kinerja, terutama kinerja pemasaran. Pada perusahaan besar inovasi produk sudah menjadi strategi pasar yang berkelanjutan sesuai kebutuhan guna mempertahankan kinerja pemasaran, namun bagaimana bagi perusahaan kecil dan menengah seperti industri mebel yang masih memiliki keterbatasan pemahaman terhadap strategi pemasaran. Bagi perusahaan kecil dan menengah apakah inovasi produk merupakan hal yang penting bagi kelangsungan bisnis secara berkelanjutan. Sampel penelitian ini pada perusahaan mebel di Kabupaten Pasuruan yang berjumlah 38 responden. Teknik analisis data yang digunakan peneliti adalah analisis regresi sederhana. Inovasi pada produk berpengaruh terhadap kinerja pemasaran,

³³ Akhmad Nasir, *Pengaruh Inovasi Produk terhadap Kinerja Pemasaran Industri Mebel di Kabupaten Pasuruan*, Referensi: Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi 5.1 (2017): 20-25.

untuk itu perusahaan ditekankan untuk menjaga kualitas produk yang sudah dipercaya konsumen.

4. Penelitian yang dilakukan oleh Melya Andeska dengan judul “Pengaruh Home Industri Budidaya Jamur Tiram Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Desa Kalirejo Kecamatan Kalirejo Lampung Tengah).”³⁴ Penelitian ini secara umum meneliti tentang pengaruh home industri budi daya jamur terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat Desa Kalirejo dan tinjauan ekonomi Islam terhadap peran dari home industri tersebut. Temuan dari penelitian tersebut yaitu dilihat dari beberapa indikator kesejahteraan masyarakat home industry budidaya jamur tiram yang ada di desa Kalirejo secara keseluruhan dari tingkat pendapatan masyarakat sampai tingkat kesehatan sudah dikatakan sejahtera, namun dalam hal ini masih ada beberapa ketimpangan seperti beberapa rumah pelaku home industry yang belum termasuk dalam indikator baik dan kondisi lantai rumah yang masih tanah. Selain itu berdasarkan tinjauan ekonomi Islam bahwa usaha tersebut dilakukan dengan baik dan sejalan dengan syariat Islam baik mulai dari bahan baku sampai dengan pemasaran.
5. Penelitian yang dilakukan oleh Rusdi dan Noviana yang berjudul “Pengaruh Penerapan Ekonomi Kreatif Terhadap Kreativitas Remaja Di Kota

³⁴ Melya Andeska, *Pengaruh Home Industri Budidaya Jamur Tiram Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Menurut Prespektif Ekonomi Islam*. (Lampung: Skripsi UIN Raden Intan, 2017).

Lhokseumawe (Studi Kasus Pada Seni Tari Sanggar Cut Meutia).”³⁵ Secara umum penelitian ini dilakukan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh ekonomi kreatif menuju kreativitas dalam lokakarya tari remaja Cut Meutia di Lhokseumawe. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer melalui a kuesioner terperinci. Populasi dalam penelitian ini adalah keseluruhan yang mengikuti Studio Tari Cut Meutia di Lhokseumawe sebanyak 62 orang, ini populasi bersifat heterogen yang dapat dilihat dari berbagai usia, gender, dan pendidikan. Penelitian ini menemukan bahwa yang paling ekonomi kreatif berpengaruh signifikan terhadap lokakarya kreativitas remaja Dance Cut Meutia di Lhokseumawe. Nilai koefisien Penentuan 0306, ini menunjukkan kemampuan variabel bebas (kreatif ekonomi) dapat menjelaskan pengaruhnya terhadap suatu variabel terikat (kreativitas remaja) sebesar 30,6%, sisanya sebesar 57,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam model penelitian ini.

6. Penelitian yang dilaksanakan oleh Muhammad Hasan yang berjudul “Pembinaan Ekonomi Kreatif Dalam Perspektif Pendidikan Ekonomi.”³⁶ Secara umum penelitian mengkaji tentang pengaruh pengetahuan kewirausahaan terhadap sikap kreatif pelaku UMKM subsektor ekonomi kreatif di Kecamatan Panakkukang dalam konteks pembinaan ekonomi

³⁵ Rusydi dan Noviana, *Pengaruh Penerapan Ekonomi Kreatif Terhadap Kreativitas Remaja Di Kota Lhokseumawe (Studi Kasus Pada Seni Tari Sanggar Cut Meuti)*. Universitas Malikussaleh Lhokseumawe. JURNAL VISIONER & STRATEGIS Volume 5, Nomor 1, Maret 2016 ISSN : 2338-2864.

³⁶ Muhammad Hasan, *Pembinaan Ekonomi Kreatif Dalam Perspektif Pendidikan Ekonomi*. Universitas Negeri Makassar, *Jurnal Ekonomi dan Pendidikan Volume 1 Nomor 1 Januari 2018*. Hal 81-86 p-ISSN: 2614-2139; e-ISSN: 2614-1973, Homepage: <http://ojs.unm.ac.id/JEKPEND>.

kreatif. Populasi dalam penelitian ini adalah 129 pelaku UMKM subsektor industri kreatif. Total sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 33 pelaku UMKM subsektor industri kreatif. Hasil penelitian ini menunjukkan pengetahuan kewirausahaan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap sikap kreatif pelaku UMKM subsektor ekonomi kreatif di Kecamatan Panakkukang Kota Makassar.

7. Penelitian yang dilaksanakan oleh Siti Nur Azizah dan Muhfiatun yang berjudul “Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Kearifan Lokal Pandanus Handicraft dalam Menghadapi Pasar Modern Perspektif Ekonomi Syariah (Study Case di Pandanus Nusa Sambisari Yogyakarta).”³⁷ Secara umum penelitian bertujuan untuk lebih memahami keberadaan ekonomi kreatif sebagai strategi yang diprediksi mampu memicu daya saing baik dalam skala nasional maupun dalam kancah internasional dalam rangka menghadapi pasar modern. Hingga saat ini, pengangguran kemiskinan, eksploitasi alam besar-besaran yang pada akhirnya menyebabkan ketimpangan baik dari segi sosial maupun pertumbuhan ekonomi masih menjadi persoalan klasik yang memerlukan solusi. Oleh karena itu, perlu adanya keselarasan dalam mendapatkan solusi tersebut, salah satu dengan harmonisasi ekonomi dan kearifan lokal yang tentu saja dapat memicu daya saing ekonomi, meningkatkan produktifitas yang pada akhirnya meningkatkan taraf hidup masyarakat dengan tetap mempertahankan budaya,

³⁷ Siti Nur Azizah and Muhfiatun Muhfiatun. *Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Kearifan Lokal Pandanus Handicraft dalam Menghadapi Pasar Modern Perspektif Ekonomi Syariah (Study Case di Pandanus Nusa Sambisari Yogyakarta)*. *Aplikasia: Jurnal Aplikasi Ilmu-ilmu Agama* 17.2 (2018): 63-78.

adat istiadat yang menjadi karakter khas yang ditinjau dari perspektif ekonomi Islam. Hasil penelitian menyatakan bahwasanya handycraft memiliki efek multyplier terhadap masyarakat, karena anyaman pandan telah berkontribusi menggerakkan sektor perdagangan jasa dan pertanian. Serta mampu mengembalikan nilai-nilai kearifan lokal masyarakat baik dari sisi Integrasi sektor ekonomi maupun integrasi bidang sosial yang meliputi ukhuwah islamiyah, dan terciptanya solidaritas sosial.

Tabel 2.1
Perbandingan Penelitian Terdahulu

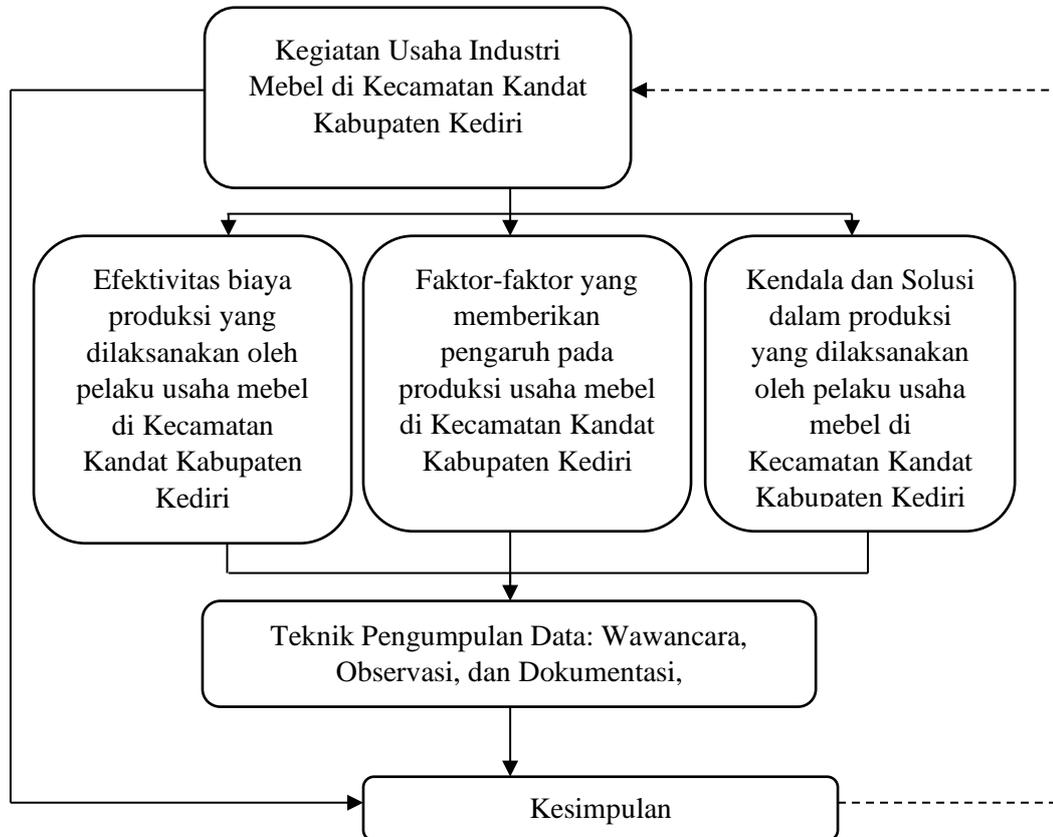
Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan
Pengaruh upah dan teknologi terhadap produktivitas dan penyerapan tenaga kerja pada industri mebel di kota Denpasar.	Persamaan peneliti terdahulu dengan peneliti yang sekarang sama-sama menganalisis pengaruh perkembangan usaha, atau arah kajian membahas mengenai kajian ekonomi kreatif berbasis kemasyarakatan.	Sedangkan perbedaan peneliti terdahulu dengan sekarang yaitu peneliti terdahulu lebih membahas tentang peran dari home industri tersebut sedangkan peneliti yang sekarang lebih membahas mengenai konsep ekonomi kreatif yang ada dalam sebuah kegiatan industri mebel.
Kajian Aglomerasi Industri Kerajinan Mebel di Desa Wringinpitu Kecamatan Mojowarno Kabupaten Jombang.	Persamaan peneliti terdahulu dengan peneliti yang sekarang sama-sama menganalisis pengaruh perkembangan usaha yang dilaksanakan.	Sedangkan perbedaan peneliti terdahulu dengan sekarang yaitu peneliti terdahulu lebih membahas tentang peran dari home industri tersebut sedangkan peneliti yang sekarang lebih membahas ekonomi kreatif yang ada dalam sebuah kegiatan industri mebel.

<p>Pengaruh Inovasi Produk terhadap Kinerja Pemasaran Industri Mebel di Kabupaten Pasuruan.</p>	<p>Persamaan peneliti terdahulu dengan peneliti yang sekarang sama-sama menganalisis pengaruh perkembangan usaha, atau arah kajian membahas mengenai kajian ekonomi kreatif berbasis kemasyarakatan.</p>	<p>Sedangkan perbedaan peneliti terdahulu dengan sekarang yaitu peneliti terdahulu lebih membahas tentang peran dari home industri tersebut sedangkan peneliti yang sekarang lebih membahas peran dari keberadaan industri mebel sebagai ekonomi kreatif yang dilaksanakan warga.</p>
<p>Pengaruh Home Industri Budidaya Jamur Tiram Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Desa Kalirejo Kecamatan Kalirejo Lampung Tengah).</p>	<p>Persamaan peneliti terdahulu dengan peneliti yang sekarang sama-sama menganalisis pengaruh perkembangan usaha, atau arah kajian membahas mengenai kajian ekonomi kreatif berbasis kemasyarakatan.</p>	<p>Sedangkan perbedaan peneliti terdahulu dengan sekarang yaitu peneliti terdahulu lebih membahas tentang peran dari home industri tersebut sedangkan peneliti yang sekarang lebih membahas tentang ekonomi kreatif yang ada dalam sebuah kegiatan industri mebel.</p>
<p>Pengaruh Penerapan Ekonomi Kreatif Terhadap Kreativitas Remaja Di Kota Lhokseumawe (Studi Kasus Pada Seni Tari Sanggar Cut Meutia).</p>	<p>Persamaan peneliti terdahulu dengan peneliti yang sekarang sama-sama menganalisis pengaruh perkembangan usaha, atau arah kajian membahas mengenai kajian ekonomi kreatif berbasis kemasyarakatan.</p>	<p>Perbedaannya terletak pada subjek penelitiannya, yaitu penelitian terdahulu dikaji pada ekonomi kreatif yang khusus dilaksanakan oleh remaja. Sementara dalam penelitian ini membahas mengenai ekonomi kreatif yang ada dalam sebuah kegiatan industri mebel.</p>
<p>Pembinaan Ekonomi Kreatif Dalam Perspektif</p>	<p>Persamaan peneliti terdahulu dengan peneliti yang sekarang sama-sama</p>	<p>Perbedaannya yaitu latar belakang penelitian, penelitian terdahulu</p>

Pendidikan Ekonomi.	menganalisis tentang ekonomi kreatif berbasis kemasyarakatan.	dilaksanakan dengan background penelitian literer atau studi Pustaka. Sedangkan dalam penelitian sekarang dilaksanakan dengan penelitian lapangan.
Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Kearifan Lokal Pandanus Handicraft dalam Menghadapi Pasar Modern Perspektif Ekonomi Syariah (Study Case di Pandanus Nusa Sambisari Yogyakarta)	Persamaan dalam penelitian terdahulu yaitu membahas mengenai kesejahteraan masyarakat.	Perbedaannya penelitian terdahulu membahas mengenai ekonomi kreatif berbasi kearifan local. Kemudian bagaimana ekonomi kreatif tersebut dalam menghadi pasar modern. Sedangkan penelitian ini membahas mengenai ekonomi kreatif yang ada dalam sebuah kegiatan industri mebel.

E. Paradigma dan Alur Penelitian

Bagan 2.1
Paradigma Penelitian



Sumber: Olahan peneliti, 2020

Keterangan: \longrightarrow : Garis lurus menandakan komando yaitu garis yang menandakan posisi atas dan bawah berjalan dengan berurutan.

\dashrightarrow : Garis putus-putus menandakan hubungan koordinasi antar bagian, yaitu garis yang dapat saling berhubungan.